

STRATEGI PEMASARAN: *PROMOTION* PERPUSTAKAAN DI ERA MILENIAL DALAM
UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN PERPUSTAKAAN

Oleh:

ASTRIE ANNISA (0601162020)

ABSTRAK

The millennial era is a demographic group after generation X. Millennials are born and grow up in the development of technology and have the ability to use better technology. The impact of the development and progress of ICTs on libraries is an increase in the number of digital (electronic) information sources. This increase caused a change in the situation in the library, such as the emergence of various issues of the use of ICT in libraries, such as digital libraries, institutional repositories, and others. Therefore, one of the strategies used is library promotion in the digital world

ABSTRAK

Era milenial adalah kelompok demografi setelah generasi X. generasi milenial lahir dan tumbuh di era perkembangan teknologi dan memiliki kemampuan menggunakan teknologi yang lebih baik lagi. Dampak perkembangan dan kemajuan TIK terhadap perpustakaan adalah peningkatan jumlah sumber-sumber informasi digital (elektronik). Peningkatan tersebut menyebabkan terjadinya perubahan situasi pada perpustakaan, seperti munculnya berbagai isu pemanfaatan TIK di perpustakaan, seperti digital library, institutional repository, dan lain-lain. Maka dari itu perlu adanya salah satu strategi yang digunakan yaitu promosi perpustakaan dalam dunia digital.

Latar Belakang

Pada Era digitalisasi sekarang kebutuhan manusia akan informasi semakin meningkat. Karena informasi pada sekarang ini mendasar bagi manusia dalam hal melakukan aktifitas sehari-hari. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di perpustakaan tidak hanya sekedar untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan dan penelusuran informasi kepada pengguna, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi perpustakaan dan pembuatan kemasan informasi/pengetahuan yang bernilai tepat guna bagi pengguna. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas.

Banyaknya tuntutan kebutuhan informasi seseorang dalam kehidupan sehari-hari, maka semakin banyak pula informasi yang didapatkan dari hasil pencariannya, baik itu informasi positif maupun negatif. Informasi yang dibutuhkan seseorang juga dapat ditemukan dan didapatkan dimana saja. Tetapi lebih baik informasi tersebut didapatkan berasal dari sumber terpercaya seperti perpustakaan, pusat informasi dan lembaga-lembaga yang bertanggung jawab akan informasi itu.

Menurut Undang-Undang Dasar RI nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan. Perpustakaan adalah instansi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, karya rekaman secara profesional dengan sistem baku yang berfungsi memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian informasi dan rekreasi para pemustaka.

Perpustakaan adalah tempatnya ilmu dan pusat informasi oleh karena itu perpustakaan dituntut agar mampu menarik pemustaka dan calon pemustaka untuk selalu berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan dengan semaksimal mungkin.

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi promosi yang dapat meningkatkan kunjungan perpustakaan di Era milenial ?

Tujuan Masalah

Untuk mengetahui strategi dalam hal promo perpustakaan dan memanfaatkan Era milenial guna untuk peningkatan kunjungan perpustakaan.

Kajian Teori

Perpustakaan adalah suatu instansi nilaba tidaklah salah jika melakukan peningkatan layanannya untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Beberapa strategi yang dapat dilakukan perpustakaan adalah mempromosikan produk dan jasa perpustakaan serta melakukan kemas ulang informasi dalam berbagai bentuk paket informasi/pengetahuan.

Menurut KBBI (2008), Mempromosikan berarti pengenalan dalam rangka memajukan suatu usaha, dagangan, dan lain-lain, Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas.

Menurut Lasa Hs (2009) Promosi adalah penyampaian dan pertukaran informasi kepada organisasi, lembaga, maupun konsumen dengan tujuan menyampaikan informasi tentang produk atau jasa yang tersedia disuatu lembaga dan membujuk atau menarik minat calon konsumen untuk memiliki respon terhadap produk atau jasa tersebut.

Promosi menurut (Kotler 1999:253) adalah : “Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market”. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Menurut Darmono (2001), promosi adalah suatu cara yang digunakan oleh penjual untuk membujuk pembeli supaya menerima dan menyarankan kepada orang lain lagi untuk memakai produk, pelayanan, atau ide yang dipromosikan.

Arlinah (1996), Promosi adalah salah satu mekanisme komunikasi persuasif dalam pemasaran agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. Promosi ini merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan memberi informasi tentang jasa/produk yang tersedia dan mendorong timbulnya kesadaran akan keberadaan produk/jasa bahkan sampai pada tindakan membeli atau memanfaatkannya.

Martoatmodjo (1998: 16) Promosi adalah seni dan teknik untuk berhubungan dengan masyarakat, memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan serta pelayanan-pelayanan yang diberikan agar calon pemakai mengetahuinya. Maka Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemustaka. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas.

Tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan. Mempromosikan perpustakaan juga tidak berbeda dengan mempromosikan sebuah produk komersial. Dalam marketing, kita mengenal istilah edukasi pasar. Maka, untuk perpustakaan pun ada yang disebut dengan user education atau pendidikan pengguna, dan cara inilah yang paling efektif dalam melakukan promosi perpustakaan.

Selain itu tujuan promosi perpustakaan antara lain menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan meningkatkan pemakai perpustakaan.

1. Menginformasikan

Sebagai tujuan utama dari kegiatan promosi dilakukan adalah menginformasikan seluruh aspek dan pembinaan perpustakaan yang berhubungan dengan pemakai perpustakaan dengan sebaik-baiknya, antara lain:

- a. Buku-buku baru, informasi baru, isu-isu metakhir.
- b. Memperkenalkan cara penggunaan perpustakaan.
- c. Menyampaikan dan memberitahukan perubahan peraturan penggunaan perpustakaan.
- d. Menjelaskan isi dan kegunaan alat bantu perpustakaan.
- e. Meninformasikan seluruh jasa apa saja yang disediakan oleh perpustakaan kepada pemakai perpustakaan beserta fasilitas dan kemudahan cara mendapatkan jasa perpustakaan.
- f. Menghilangkan kelakuan atau ketidak mengertian.

2. Mempengaruhi dan membujuk pemakai

Sebagai alternatif kedua dari tujuan promosi yang akan dilakukan oleh perpustakaan adalah mempengaruhi dan membujuk pemakai agar mau menggunakan jasa perpustakaan yang telah disediakan dalam berbagai bentuk dan produk perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pemakai.

3. Mengingatkan

Sebagai alternatif terakhir dari tujuan promosi jasa perpustakaan adalah mengingatkan kembali kepada pemakai perpustakaan akan keberadaan perpustakaan dan jenis jasa yang dilayankan kepada pemakai guna memenuhi kebutuhan.

Qalyubi, dkk (2003:259-260) mengatakan bahwa tujuan dari promosi perpustakaan untuk: 1) memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada pemakai; 2) mendorong minat baca dan masyarakat untuk menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin; 3) memperkenalkan jasa pelayanan perpustakaan ke masyarakat; 4) memberikan kesadaran masyarakat untuk mendukung kegiatan perpustakaan; 5) memasyarakatkan program “tak kenal maka tak sayang”. Sedangkan kegiatan kemas ulang informasi dilakukan untuk tujuan menyediakan paket-paket informasi yang praktis dan interaktif berdasarkan isu-isu terkini dan kebutuhan informasi pengguna.

Sebaiknya perpustakaan mempunyai kebijakan tertulis menyangkut promosi perpustakaan dan merinci berbagai sasaran serta strategi yang akan digunakan. Tentu saja, kebijakan ini harus dikerjakan bersama-sama dengan kepala perpustakaan dan staf perpustakaan. Dokumen kebijakannya hendaknya memuat unsur berikut.

1. Sasaran dan strategi.
2. Rencana tindakan agar pasti tujuan tercapai.
3. Metode evaluasi

Hal lain yang harus diketahui untuk mempromosikan perpustakaan adalah unsur-unsur promosi berikut :

1. Attention/perhatian
2. Interest/ketertarikan
3. Desire/keinginan
4. Action/tindakan
5. Satisfy/kepuasa

Hasil Pembahasan

Menurut Rafi Saumi Rustian, sosial media adalah salah satu media yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan semua kegiatannya dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurutnya, sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yakni:

- a. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll),
- b. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dll)
- c. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
- d. Publish, (wordpredss, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
- e. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
- f. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
- g. Virtual worlds (habbo, invu, starday, dll)
- h. Livecast (y! Live, blog tv, justintv, listreamtv, livecastr, dll)
- i. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
- j. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Ada beberapa bentuk promosi yang dapat digunakan yaitu 1)Publikasi adalah peransangan non personal agar ada permintaan terhadap produk atau jasa melalui berita mengenai hal-hal di media penerbitan atau melalui penyajian yang menarik radio, televisi, atau dipanggung.2) Iklan adalah media promosi dalam bentuk penyajian mengenai ide, produk atau jasa dengan cara membayar. Iklan dapat

dilaksanakan dalam berbagai bentuk. Dapat melalui media cetak atau elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Maka, sarana promosi yang menjadi daya tarik paling tinggi pada Era milenial sekarang ini adalah sosial media. Jenis-jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan yaitu :

1. Facebook

Informasi Facebook mencakup:

- a. Berita perpustakaan (library news), yang menginformasikan tentang sumber daya perpustakaan, layanan perpustakaan, dan program-program perpustakaan, baik yang telah, sedang, maupun yang akan dilaksanakan; dan
- b. Hal yang menarik (fun stuff). Perpustakaan menginformasikan hal-hal yang dapat menyenangkan pengguna melalui Facebook, seperti informasi yang lucu sehingga memicu follower untuk meng-like.

2. Instagram

Instagram adalah saluran media sosial yang dapat meningkatkan jumlah presentase komunitas pengguna perpustakaan di media sosial. Informasi instagram biasanya berupa berita atau informasi singkat dan dengan tampilan gambar atau video pendek berdurasi 60 detik yang dapat menarik dan menyenangkan sehingga memotivasi follower untuk mengomentarnya dan selalu mencari upgrade informasi di akun tersebut.

3. Youtube

Sebagian besar orang memanfaatkan Youtube untuk membagikan hasil rekaman video melalui saluran media online. Seperti yang dapat dilihat dari

kemajuan Youtube sekarang ini yang dapat membat keberuntungan besar bagi pemilik akun Youtube. Melalui Youtube kita dapat berbagi konten ke temanteman untuk mengomentarnya dan menyarankan mereka untuk memberikan rating, memfavoritkan, memasukkan dalam bookmark, dan menshare-nya melalui jejaring sosial. Informasi video perpustakaan di Youtube berisi pemanfaatan referensi dan hiburan di perpustakaan, yang meminta pelanggan untuk memberikan feedback.

4. LinkedIn

LinkedIn dikenal sebagai jaringan bisnis yang fokus pada spesifikasi dan pemanfaatan alat/media. Perpustakaan menggunakan LinkedIn untuk membangun jaringan diskusi melalui grup, biasanya untuk mengomentari dan memberikan saran terhadap adanya buku baru di perpustakaan, kegiatan resensi buku, dan pemasaran buku di perpustakaan

5. Perpustakaan Mobile

Beberapa perpustakaan di Indonesia sudah memiliki perpustakaan mobile yang berfungsi sebagai wadah atau alat efektif dan efisien dalam hal akses perpustakaan tersebut. Akan lebih baik beberapa kemajuan ini digunakan perpustakaan yang belum menggunakan perpustakaan mobile. Sangat berpengaruh besar aplikasi perpustakaan mobile terdapat penningkatan minat baca pengguna. Karena jika semakin mudah seseorang mendapatkan informasi yang ia butuhkan maka akan semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap akses perpustakaan yang telah disediakan.

Kesimpulan

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di perpustakaan tidak hanya sekedar untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan dan penelusuran informasi kepada pengguna, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi perpustakaan dan pembuatan kemasan informasi/pengetahuan yang bernilai tepat guna bagi pengguna. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas. Sarana promosi yang menjadi daya tarik paling tinggi pada Era milenial sekarang ini adalah sosial media. Maka beberapa media sosial yang populer saat ini harus dipergunakan sebaik mungkin karena akan berpengaruh besar untuk kegiatan promosi.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil pembahasan diatas yaitu perlu adanya kemajuan atau peningkatan inovasi yang dilakukan lembaga perpustakaan ataupun pustakawan pada promosi perpustakaan dengan menggunakan dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

KBBI (2008). *Defenisi Promosi*

Hs, Lasa (2009). *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: pustaka book publisher .
h 209

Darmono (2001). *Manajemen Dan Tata Kelola Perpustakaan Sekolah*. Jakarta : Gramedia
widiawara, h 175

Rahardjo, Arlinah Imam (1996). *Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan*

Wahid Nashihuddin (2015). *Strategi Inovatif Promosi Perpustakaan Di Era Digital*.
Jakarta

A'yunin, Nadia Amelia Qurrota (2018). *Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia
Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial*. Libria,
10(No.1)